

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas layanan yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Mas Transindo Surabaya.

Jenis penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan metode kausal komparatif yaitu jenis penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang menjadi pelanggan di PT. Sinar Mas Transindo Surabaya yang jumlahnya tidak terbatas atau tidak teridentifikasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* dan *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan variabel *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Sinar Mas Transindo Surabaya.

Kata kunci : kualitas layanan, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangibles*, dan kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This research is aimed to find out whether the dimensions in service quality i.e.: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles give significant influence to the customer satisfaction at PT. Sinar Mas Transindo Surabaya.

This research has been done by using quantitative and comparative causal method i.e. the type of research with problem characteristic in the form of cause-effect relationship between two or more variables. The population is all customers who have become customers of PT. Sinar Mas Transindo Surabaya in which the numbers of customers are unlimited or unidentified. The sample collection technique has been done by using Non-Probability Sampling technique with Accidental Sampling approach, that is the sample determination technique has been done by accident, that is anyone who accidentally meet with the researcher can be used as sample if he or she is considered to be suitable. The analysis method has been done by using multiple linear regressions analysis and the 23rd version SPSS (Statistical Product and Service Solutions) application tools.

The result of the research indicates that reliability and tangibles gives significant influence to the customer satisfaction. Meanwhile, responsiveness, assurance, and empathy does not give any significant influence to the customer satisfaction. Service quality gives significant influence to the customer satisfaction at PT. Sinar Mas Transindo Surabaya.

Keywords: service quality, reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangibles, customer satisfaction